

Universidad Mariano Gálvez de Guatemala
Facultad de Ciencias de la Administración
Sede Boca del Monte
Elaboración y Evaluación de Proyectos
M.A. Licda Nicté Alvarez de Lantán

Esquema:
II. Estudio de mercado

(La estructura del siguiente esquema se encuentra adaptado en la segunda versión de la guía)

1. Objetivo del estudio de mercado

1.1 Planteamiento de problema

Definir en 4 párrafos de 8 a 10 líneas el planteamiento de la situación que genera la necesidad de crear un proyecto de impacto social sin enumerar ni colocar viñetas o títulos:

- **Primer párrafo: (Antecedentes)** Sin título desarrollar el antecedente del problema, mencionar el tiempo, por qué es relevante, la situación, entre otros.
- **Segundo párrafo: (Justificación del proyecto)** La justificación detalla las razones de peso, argumentos, se da a conocer que el proyecto es importante y fundamental.
- **Tercer párrafo: (Viabilidad del proyecto)** Se evalúan los recursos humanos, financieros, condiciones del medio, evaluación reflexiva de la disponibilidad, viabilidad del proyecto.
- **Cuarto párrafo: (Evaluación de las deficiencias conocidas del proyecto)** Refleja las carencias que la ejecución del proyecto mejorará, presenta los retos a los cuales se enfrenta el proyecto.

1.2 Pregunta de investigación

Interrogante que se pretende responder de la investigación a realizar al implementar el proyecto ejemplo:

- **Definición del problema del proyecto:** Control de inventarios como herramienta de apoyo para elevar la rentabilidad de las empresas afectadas por la pandemia en San Raymundo.
- **Método de vuelta directa:** ¿ Es el control de inventarios una herramienta de apoyo para elevar la rentabilidad de las empresas afectadas por la pandemia en San Raymundo?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar el objetivo de la investigación, en este caso si el _________(nombre del proyecto) es viable, factible, posible ejecutar, sostenible, impacta socialmente, establecer uno para toda la investigación.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer 3 objetivos específicos que desean alcanzarse al llevar a cabo el estudio de mercado, considerando que las conclusiones de la investigación deberán responder a la pregunta de investigación y a los objetivos específicos detallados en esta sección (total 4 conclusiones)

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Método probabilístico aleatorio simple

Explicar que este método permite calcular los límites de confianza y error de muestreo en 5 líneas.

1.5 Sujeto de investigación

En esta sección se definen los individuos beneficiados socialmente, que participarán en la investigación al ser encuestados a través de la aplicación de un instrumento, se describe a quienes se encuestará para determinar si serían parte de la muestra o bien serían usuarios del proyecto (un aspecto clave es la definición del buyer persona # 2)

1.6 Alcance de investigación

1.6.1 Temporal

Delimitar a 6 meses que dura el semestre.

1.6.2 Geográfico

Lugar en donde se ejecutará el proyecto.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo de la muestra finita

Para el cálculo se utiliza la fórmula para muestra finita debido a que el universo del sujeto de investigación es menor a 30,000. (Debido a que es una población alcanzable y realizable)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

Z= nivel de confianza _____% =

p= probabilidad de éxito= ____

q= probabilidad de fracaso=____

e= Error de estimación máximo aceptado = ___

N= Universo = (# de instituciones, personas, beneficiadas con el proyecto, número de buyer persona #2 a quien se le socializará el instrumento de investigación para determinar si al implementar el proyecto sería parte de él, lo consumiría, utilizaría, aplicaría?)

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \ (p)(q) N}{e^2 \ (N-1) + (Z^2 \ (p) \ (q)}$$

n = ?

Resultados del número de muestra (cantidad de encuestas a realizar)

Aunque existen programas y se pueden utilizar deberá dejar constancia del procedimiento, arriba descrito utilizando la tabla de probabilidades adjunta en el presente documento en la parte de anexos.

Programas para calcular muestras:

- **http://www.macorr.com/ss_calculator.htm**
- **http://www.raosoft.com/samplesize.html**

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

Describir en 5 líneas el método que se utilizará para investigar, será cuestionario, indicar plataforma, vías de interacción, entre otros. La encuesta debe contener 15 preguntas con distintas escalas. (Incluir el enlace de la encuesta)

1.9 Recolección de datos

Describir en 5 líneas el sujeto de investigación que será contactado, por medio de la vía, describir los dispositivos a utilizar, el tiempo estimado para el proceso de recolección, entre otros.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Describir en 5 líneas el proceso para analizar y presentar los resultados.

2. Conclusiones

2.1 Presentar 4 conclusiones dando respuesta a la pregunta de investigación y a los 3 objetivos específicos propuestos específicamente para la investigación de mercado. (colocar de acuerdo a la estructura de la guía)



Conclusiones

Entonces:

- Pregunta de investigación = 1 conclusión
- Objetivo específico 1= 1 conclusión
- Objetivo específico 2= 1 conclusión
- Objetivo específico 3= 1 conclusión

= **4 conclusiones**

Enumerar las conclusiones

Ejemplo de conclusiones

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuáles son los aspectos por considerar en un estudio de mercado que servirán como instrumento de apoyo para el desarrollo de nuevos productos en la industria láctea en Guatemala?

1.3.2 Específicos

- Evaluar la tendencia de compra en el tipo de productos lácteos con mayor consumo en los departamentos de Guatemala, Escuintla, Quetzaltenango y Huehuetenango

3.3 Conclusiones

1. Los aspectos importantes a considerar en un estudio de mercado de productos lácteos deben enfocarse en, el conjunto de valores que se puedan aportar al consumidor, al integrar aspectos como la calidad nutritiva con el mayor aporte de información disponible sobre los beneficios y bondades en virtud del cuidado de la salud y la seguridad alimentaria, la conveniencia en toda dirección considerada portabilidad, la facilidad de uso y disponibilidad, al tomar en cuenta la conciencia por el cuidado del medio ambiente y la contribución del usuario al utilizar estos productos.

2. Se evaluó la tendencia de compra en el tipo de productos lácteos con mayor consumo en los Departamentos de Guatemala, Escuintla, Quetzaltenango y Huehuetenango y se determinaron entre ellos: la leche blanca tanto de forma líquida como en polvo, seguidas de las bebidas lácteas disponibles, algunas con sabores, las cuales presentan una frecuencia alta de consumo. De acuerdo al estudio, en los departamentos en los que se realizó la investigación, se hace de forma diaria, para ello los guatemaltecos tienen una preferencia en las marcas reconocidas, las cuales se encuentran disponibles en la mayoría de las cadenas de autoservicios y los atributos que resaltan como primera opción en la escala de preferencia y satisfacción del público son: el precio y la calidad, como segunda opción el sabor, seguidos de la consistencia del producto y por último la disponibilidad y el surtido.

3. Cuestionario

- Iniciar con la pregunta filtro
- Preparar instrumento con 15 preguntas en plataforma Forms o Google Forms
- Utilizar diferentes escalas para elaborar las preguntas
- Socializar on line
- Presentar en la sección de anexos según la guía en formato editable, no colocar imagen del cuestionario en la plataforma

Ejemplo de presentación de cuestionario

Facultad de Ciencias de la Administración
Licenciatura en Administración de Empresas
Modelo de cuestionario

Con el objetivo de realizar un estudio de mercado con fines académicos y de impacto social, agradezco su colaboración para responder las siguientes preguntas, esta herramienta de recolección de datos reflejará información sobre __________________(el proyecto, pregunta de investigación) previo al cierre de pénsum de la Licenciatura de Administración de Empresas de la Universidad Mariano Gálvez de Guatemala, marque la opción que considere para cada una de las preguntas.

Ejemplo 1:

1. ¿La institución financiera donde labora cuenta con un control de inventarios como herramienta de apoyo para elevar la rentabilidad de las empresas afectadas por la pandemia en San Raymundo.?
   - Sí
   - No
2. ¿Cómo considera la gestión de talento humano dentro de la institución financiera en donde labora?
   - Eficiente
   - Muy eficiente
   - Poco eficiente
   - Nada eficiente

3. ¿Cuál es el papel que juega la gestión de talento humano dentro de la institución financiera?
   - Representativo
   - Muy representativo
   - Poco representativo

4. ¿El departamento de gestión de talento humano implementa prácticas estratégicas para incrementar la productividad empresarial?
   - Sí
   - No

5. Indique las prácticas que el departamento de gestión del talento humano implementa para mejorar la productividad empresarial de la institución:

- Política salarial
- Capacitación constante
- Medición de ambiente laboral
- Perfil de puestos
- Incentivos laborales

6. ¿Considera que la institución financiera motiva al elemento humano con estrategias que mejoren la productividad del colaborador?

- Sí
- No

7. ¿Cuál de estas estrategias considera es la más importante para mejorar la productividad del colaborador?

- Capacitación y desarrollo
- Programas de incentivos laborales
- Revisión constante de planes estratégicos
- Establecer indicadores
- Medición de tiempos

8. ¿El departamento de gestión de talento humano es de beneficio para mejorar la productividad de la institución?

- Sí
- No

9. ¿Cuáles son los beneficios que brinda la gestión del talento humano a la institución financiera?

- Excelente clima laboral
- Identidad empresarial
- Retención del talento humano
- Motivación
- Efectividad operacional
- Optimización de recursos

10. ¿Qué tan importante es la gestión del talento humano para la dirección de la institución?
    - Importante
    - Muy importante
    - Poco importante
    - Nada importante

Ejemplo 2:

Somos un grupo de estudiantes de la Universidad Mariano Gálvez, que está llevando a cabo un estudio de mercado de un proyecto de impacto social, acerca de los beneficios y valor agregado que una Membresía pueda brindar en la compra de productos de belleza (cremas y perfumes) como instrumento para generar fuente de empleo en madres solteras del área de Salamá, estamos interesados en conocer su opinión podría brindarnos 5 minutos de su tiempo.

1. Marque con una X el rango de edad:

   18 a 25 años ❑ 25 a 35 años ❑ 35 años en adelante ❑

2. Indique el rango en el que se encuentra su ingreso mensual:

   Q 2,000.00 a Q 5,000.00 ❑
   Q 5,000.00 a Q 10,000.00 ❑
   Q 10,000.00 en adelante ❑

3. ¿Utiliza productos de belleza como cremas y perfumes?

   ❑Si ❑ No

4. ¿Ha adquirido alguna Membresía para la compra de estos productos?

   ❑Si ❑ No (*si su respuesta es NO pase a la pregunta No.9*)

5. Si su respuesta es positiva, marque con una X las razones por las cuales adquirió la Membresía?

   Precio ❑ Descuentos ❑ Promociones ❑ Beneficios ❑ Funcionalidad ❑

6. Indique el nombre de la marca de la Membresía a la cual pertenece:

   ____

7. ¿Cómo le pareció el precio que cancelo por la Membresía?

   Muy caro❑ Caro❑ Económico❑ Muy económico❑



8. Marque con una X el rango del costo que cancelo por la Membresía:

Q 0.00 a Q 50.00 ❑
Q 50.00 a Q 100.00 ❑
Q 100.00 a Q 200.00 ❑
Q 200.00 a Q 500.00 ❑
Q 500.00 en adelante ❑

9. ¿Le gustaría adquirir la Membresía por un precio de Q175.00?

Nada Probable❑ Poco Probable❑ Probablemente❑ Muy probablemente❑

10. ¿A qué medios publicitarios está expuesto para recibir información sobre la Membresía, que ofrece productos?

Publicidad de boca en boca ❑
Redes Sociales ❑
Televisión ❑
Radio ❑
Vallas Publicitarias ❑

Gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

4. Gráficas

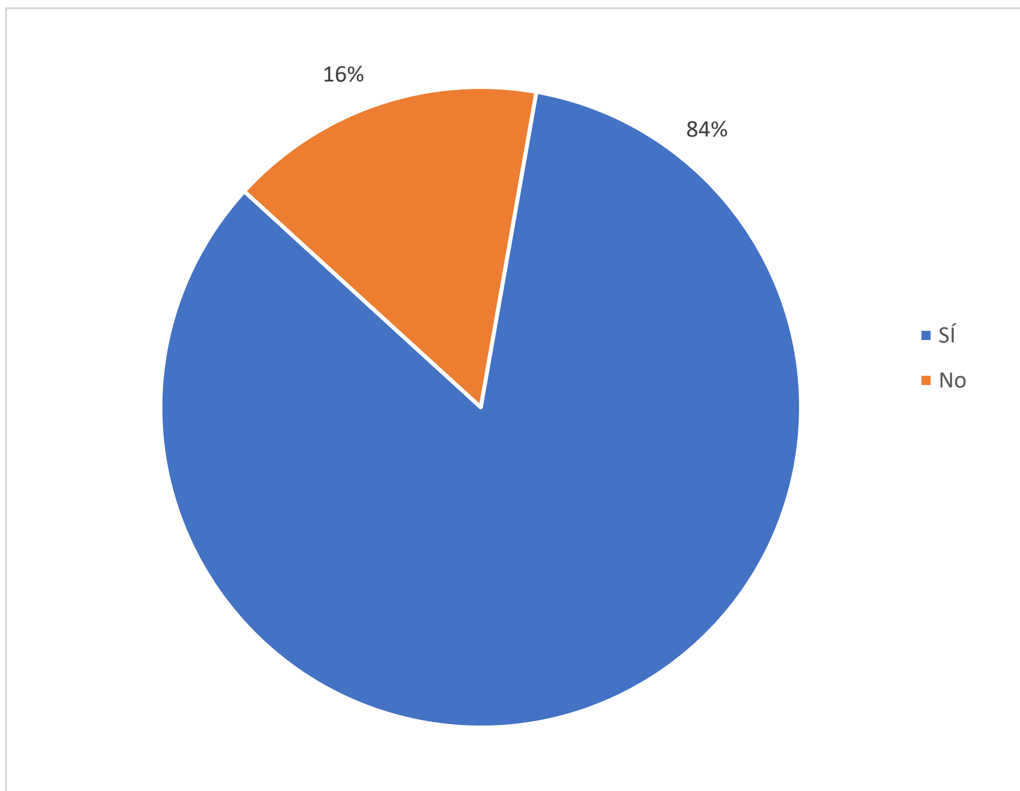
- Incluir 15 gráficas
- El estilo deberá presentase como gráficas de pie según ejemplo
- Incluir únicamente histograma de frecuencias para respuestas de rangos
- Presentar en la sección de anexos según la guía.



Ejemplo de presentación de gráficas

¿La institución financiera donde labora cuenta con un departamento de gestión de talento humano?

Gráfica No. 1



Fuente: elaboración propia

Se aprecia que el 84% de instituciones cuentan con un departamento de gestión de talento humano mientras que un 16% no.